الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة
من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟

أ/ليـنــدة ضيـف
جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي-

مدخل عام:

يستند تخصص علوم الإعلام والاتصال كغيره من التخصصات و العلوم الأخرى إلى تراث نظري و رصيد معرفي و فكري يشكل الخلفية النظرية و الإطار المرجعي الذي تسير وفقه الأبحاث و الدراسات في هذا المجال ، حيث لا يمكن للباحث أو الدارس أن يقوم بأي بحث دون أن يربطه بالخلفية النظرية له التي تبرز معالمها في نظريات الاتصال التي تعد من أهم ما يشكل التراث النظري لهذا العلم.

و تتعدد نماذج نظريات الاتصال و مدارسها بتعدد عناصر العملية الاتصالية في حد ذاتها التي تتمثل في المرسل، المستقبل ،الرسالة، الوسيلة التي تنقل الرسالة ، و الجمهور المستهدف منها، إذ تتنوع نظريات الاتصال لتلم بكل هذه العناصر من خلال مناهج بحثية تطورت عبر العديد من المراحل التاريخية مستفيدة من مناهج العلوم الأخرى ليقوم الباحثون بتكييفها حسب الخصوصية الأكاديمية لعلم الاتصال.

و من أهم المداخل النظرية المتميزة لدراسة تأثير وسائل الإعلام نجد بحوث و ضع الأجندة Agenda-setting والتي انطلقت من فرض أساسي هو وجود علاقة ارتباطيه قوية بين تغطية وسائل الإعلام و تركيزها على موضوعات وقضايا محددة و بين اهتمام الجمهور بالقضايا و الموضوعات نفسها و بنفس الترتيب من الأهمية ، و منذ اختبار الفرض الأساسي للنظرية سنة 1968 من طرف الباحثين ماكومبس Mccombs و وشو Shaw ، تطورت دراسات و أبحاث الأجندة بشكل مستمر حيث بحثت في العلاقة بين كل من أجندة وسائل الإعلام و أجندة الجمهور و أجندة واضعي السياسة ، و كان الجهد البحثي في المراحل الأولى للنظرية منصبا على الإجابة على سؤال أساسي وهو من يضع أجندة الجمهور و تحت أي ظروف ؟ لينتقل بعد ذلك و خلال المرحلة الحديثة لبحث أعمق من ذلك، لتجيب عن سؤال من يضع أجندة وسائل الإعلام ؟ أو من يرتب أولوياتها ؟ و يطلق على هذا النوع من الدراسات بناء الأجندة Agenda Building.

و يمكن القول أن مدخل بناء الأجندة يشكل توجها جديدا في أبحاث و دراسات نظرية الأجندة بصفة خاصة و أبحاث و دراسات الإعلام بصفة عامة، لأنه يهتم بدراسة ما يحدث في غرفة الأخبار و من يتحكم في ترتيبها بشكل أو بآخر، خاصة في العصر الحالي الذي تشهد فيه صناعة الأخبار تطورا مختلفا عما عرفته من قبل، الأمر الذي يتطلب معرفة كل الأطراف الفاعلة التي تتدخل في عملية بناء الأخبار و أساليب اختيارها.

و تأتي أهمية هذا البحث لمناقشة مختلف الآراء و الأفكار الخاصة بهذا التوجه البحثي الجديد من خلال الإجابة على التساؤلات التالية :

- ما هو الفرض الذي تسعى بحوث نظرية بناء الأجندة إلى اختباره ؟
- ما هي العوامل التي تتحكم في بناء أجندة و سائل الإعلام و ترتيب أولوياتها حسب هذه النظرية ؟
- ما مدى اهتمام الباحثين و الدارسين بالاتجاهات البحثية الجديدة لنظرية الأجندة؟

1- مفهوم نظرية الأجندة :

تعد نظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات أو ما يعرف أيضا بـ The Agenda – Setting Theory من النظريات القليلة التي لها جذور تاريخية تمتد على مدى أكثر من أربعين عاما من البحث و الدراسة، و من خلال هذه الأبحاث و الدراسات ظهرت العديد من الأبعاد و المتغيرات و الاتجاهات الحديثة لهذه النظرية و التي تستحق أيضا مزيدا من البحث و الدراسة .

يقوم المفهوم الأساسي للنظرية على فكرة أساسية مفادها أن وسائل الإعلام قد لا تنجح في كل الحالات في تعريف الناس " كيف يفكرون " و لكنها تنجح في تعريفهم فيما يفكرون ،و هذا يدل على أن هناك علاقة قوية و ترابط تام بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة و بروز نفس الموضوعات لدى الجمهور.

و تشير فكرة ترتيب الأولويات حسب ما يرى كل من روجرز و درين Rogers و Dearing إلى وجود منافسة مستمرة بين الموضوعات و القضايا للحصول على اهتمام كل من وسائل الإعلام و الجمهور و الصفوة السياسية [(1)]، و تدل هذه الفكرة على أن أجندة الجمهور ما هي إلا انعكاس لأجندة المحتوى الإعلامي.

و تقوم الافتراضات الأساسية لنظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات على ما يلي[(2)] :

- تقوم وسائل الإعلام بانتقاء عدد من القضايا و الموضوعات و الأحداث من خلال ما تستقيه من البيئة المحيطة بها لتنقل أخبار الأحداث اليومية .
- و بسبب المساحة المحدودة أو المدة الزمنية المحددة و التزام الإعلاميين بقيم خبرية معينة فإن كثيرا من القضايا يتم تجاهلها و لا تصبح جزءا من الأخبار.
- تعطي وسائل الإعلام لبعض الموضوعات و القضايا بروزا أو درجة معينة من الاهتمام أو مكانة خاصة دون الاهتمام بموضوعات و قضايا أخرى.
- يشكل هذا الانتقاء للموضوعات و القضايا و ما يشتمل عليه من مستويات مختلفة من البروز أو المساحة أو المدة المخصصة ما يسمى بأجندة وسائل الإعلام.
- ينتقل هذا الاهتمام بنفس القضايا و الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، حيث أن الجمهور سوف يستخدم التقييم نفسه عندما يقرر ترتيب أهمية هذه القضايا و الموضوعات بالنسبة له.

2- بدايات النظرية و تطورها:

ترجع البدايات التاريخية لظهور نظرية ترتيب الأولويات إلى الباحث ليبمان lipmen الذي أكد في كتابه الرأي العام الصادر سنة 1922 أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية عن القضايا المختلفة، و على الرغم من غموض هذا المفهوم مقارنة بفروض الأجندة التي جاءت فيما بعد، إلا أن الباحثين يقرون بوجود صلة بين ما قاله ليبمان و المفهوم اللاحق لترتيب الأولويات، و هذا ما أشار إليه نورتن لونج N.long سنة 1958 حين أكد أن الصحف هي المحرك الرئيسي في ترتيب الأجندة المحلية، كما أن لها دورا مهما في أن تحدد لأغلب الناس ما سوف يفكرون فيه و تقترح حلولا للمشكلات التي يهتمون بمعالجتها.

كما أوضحت دراسة لانج و لانج Lang and Lang سنة 1966 أن وسائل الإعلام توجه انتباهنا نحو قضايا معينة، و تشكل الصور بأذهاننا عن الزعماء و السياسيين البارزين، و هي تقدم باستمرار و بشكل ثابت موضوعات تحدد من خلالها ما ينبغي للأفراد التفكير فيه[(3)] .

بعد هذه المرحلة من الأبحاث ، طور ماكومبس وشو Mccombes and Shaw بحوث ترتيب الأولويات، واختبرا فرضها الرئيسي الذي يتمثل في العلاقة الإرتباطية بين تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة و اهتمام الجمهور بها، و كان اختبار هذا الفرض من خلال دراستهما لدور وسائل الإعلام أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1968، إذ جمعا قائمة الاهتمامات لدى وسائل الإعلام الرئيسية و حللا محتواها المتعلق بالحملة الانتخابية، و كذلك قائمة أولويات الجمهور عبر مسح أجري على عينة مكونة من مائة مفردة من الناخبين، و كانت نتيجة هذا المسح هو وجود ارتباط قوي بين القائمتين، و منه استنتجا أن وسائل الإعلام رتبت بشكل فعال أولويات الجمهور، وقد كانت الانتخابات مجالا خصبا لدراسات و أبحاث الأجندة.

ثم تواصلت بعد ذلك الأبحاث و الدراسات التي اختبرت هذا الفرض من خلال تحليل العلاقة بين الرأي العام و المحتوى الظاهر لوسائل الإعلام و اختبار العلاقة بينهما ، إذ أظهرت هذه الدراسات مؤشرات ارتباط قوية بين اهتمامات الرأي العام و المحتوى الظاهر لوسائل الإعلام[4].

3- المراحل التي مرت بها نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات):

رغم وضوح الفرض الرئيسي لنظرية ترتيب الأولويات و الذي يقر بوجود علاقة ارتباطيه ايجابية بين أجندة وسائل الإعلام و أجندة الجمهور إلا أنه و ضعت أربع تصنيفات لمراحل تطور النظرية وصولا إلى المرحلة الأخيرة على النحو التالي :

التصنيف الأول : صنف الباحث ماكومبس Mccombs المراحل التي مرت بها بحوث ترتيب الأولويات إلى أربع مراحل كما يلي :

المرحلة الأولى: تم التركيز فيها على اختبار فروض ترتيب الأولويات و كيف تؤثر أجندة وسائل الإعلام في أجندة الجمهور .

المرحلة الثانية : اهتمت بمختلف العوامل التي تؤثر في عملية ترتيب أولويات الجمهور مثل وسائل الإعلام المختلفة و تأثير الاتصال الشخصي و غير ذلك من العوامل التي يمكن أن تؤثر في هذه العملية .

المرحلة الثالثة : بدأت في السبعينيات من القرن الماضي ، و ركزت على دراسة تصورات المرشحين للانتخابات و الاهتمامات السياسية كمتغيرات تؤثر في عملية ترتيب الأولويات.

التصنيف الثاني : و قد قسم التصنيف الثاني المراحل التي مرت بها نظرية الأجندة إلى مستويين ، حيث تمثل المرحلة من 1972 إلى 1992 المستوى الأول من بحوث ترتيب الأولويات و الذي ركزت دراساته على انتقال ترتيب القضايا من وسائل الإعلام إلى الجمهور ، و يعد المستوى الثاني امتدادا للمستوى الأول حيث تم التركيز فيه على انتقال ترتيب أولويات العناصر و السمات من التغطية الإعلامية لموضوع ما إلى الجمهور و تأثير ذلك على الاهتمام بالموضوع و ترتيبه بين الموضوعات الأخرى ،و يشترك المستويين في نقطة ارتكاز محورية للمستويين، و هي انتقال ترتيب أهمية الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الرأي العام[5] إلا أن المستوى الثاني يطرح فرضين رئيسيين هما :

- الإطار الذي تتم فيه تغطية وسائل الإعلام للموضوع.
- الطريقة أو الكيفية التي غطت بها وسائل الإعلام الموضوع و الجوانب التي أبرزتها فيه و أولتها أهمية و تلك التي تجاهلتها و تأثير ذلك على ترتيب الموضوع بين قائمة أولويات الرأي العام.

التصنيف الثالث: يقسم هذا التصنيف دراسات الأجندة من حيث موضوعاتهاو اهتماماتها البحثية إلى أربع مراحل هي:

المرحلة الأولى: اهتمت معظم الأبحاث و الدراسات فيها باختبار الفرض الرئيسي لوضع الأجندة، و أجريت معظمها في السبعينيات من القرن الماضي.

المرحلة الثانية: اهتمت الدراسات فيها باختبار العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام و أجندة الجمهور من خلال إجراء الدراسات التجريبية و شبه التجريبية المطولة[6].

المرحلة الثالثة: ركزت هذه المرحلة على مختلف العوامل الوسطية التي تؤثر في عملية وضع الأجندة و منها، طبيعة الأحداث أو القضايا ،الاتصال الشخصي ، نوع الوسيلة إلى جانب الخصائص الديموغرافية للجمهور.

المرحلة الرابعة: و تمثل الوضع الراهن لأبحاث و دراسات ترتيب الأولويات حيث تركز على دراسة العوامل المتحكمة في وضع أجندة وسائل الإعلام ، لذا فهذه المرحلة تحتاج إلى المزيد من الدراسات المعمقة و المطولة لاختبار فروضها على غرار المرحلة الأولى.

التصنيف الرابع: و يقسم هذا التصنيف أيضا تطور أبحاث و دراسات الأجندة إلى أربع مراحل كما يلي:

المرحلة الأولى: اهتمت باختبار العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام و الجمهور

المرحلة الثانية: اهتمت فيها الأبحاث و الدراسات بالاختلافات بين الأدوار المقارنة للصحف و الإذاعة و التلفزيون في ترتيب أجندة الجمهور.

المرحلة الثالثة: ركزت على دراسة صور المرشحين للانتخابات و اهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة.

المرحلة الرابعة: بدأت بحلول الثمانينات من القرن الماضي و اهتمت بالإجابة على السؤال التالي: من يضع أجندة وسائل الإعلام؟[7]

و ما يلاحظ على هذه التصنيفات هو أنه رغم اختلافها شكلا إلا أنها تتشابه إلى حد كبير من ناحية المضمون و يكمن الاختلاف من ناحية التسميات فقط ، و يرجع السبب في ذلك إلى اختلاف انتماءات الباحثين الذين درسوا المراحل و التطورات التي مرت بها أبحاث نظرية الأجندة.

4-الأهمية العلمية و التطبيقية لنظرية الأجندة:

يرى المفكرون المهتمون بمجال البحث في التراث النظري لعلوم الإعلام و الاتصال أن المجالات البحثية لنظرية وضع الأجندة تتسع يوما بعد يوم، و يتضاعف التقدير العلمي لهذا التوجه البحثي نتيجة لتزايد الأدوار الفاعلة التي تؤديها وسائل الإعلام في الحياة السياسية والاجتماعية للأفراد، و هذا ما يؤكد و يبرز أهمية هذه النظرية في مجال أبحاث و دراسات الإعلام، خاصة و أنها تتميز بثلاث سمات أساسية هي :

1- النمو المستمر و المنتظم للدراسات الإمبريقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأت عام 1972 حتى سنة 1996[(8)].

2- قدرة النظرية على تحقيق التكامل بين مجالات بحثية فرعية عديدة لمجال الاتصال الجماهيري و ذلك تحت نطاق وضع الأجندة.

3- قدرتها على استنباط قضايا بحثية و أساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف و المتغيرات الاتصالية، إلى جانب القدرة على الربط بينها و بين النظريات الأخرى مثل: دوامة الصمت، الغرس الثقافي، التهيئة المعرفية، انتقال المعلومات على مرحلتين، حراس البوابة الإعلامية[(9)]، و من الأساليب المنهجية التي يمكن استخدامها بصورة متكاملة في هذا النوع من الأبحاث والدراسات أسلوب المسح وتحليل المضمون .

4- وتأتي أهمية نظرية وضع الأجندة في أنها تسمح بالكشف عن أولويات القضايا مرتبة حسب الأهمية ، كما تسمح أيضا بالكشف عن طريقة بناء القضايا في وسائل الإعلام، و منه معرفة سياسة التعامل مع الأحداث و القضايا و مدى اختلاف ذلك من وسيلة إعلامية إلى أخرى، و يرى **إبراهيم بسيوني حمادة** أن الأهمية العلمية لنظرية الأجندة تكمن في الكشف عن أولويات القضايا في كل من وسائل الإعلام و الرأي العام خلال فترة زمنية محددة[(10)].

كما تعد نظرية وضع الأجندة من التراث النظري الذي تستند إليه البحوث و الدراسات التي تهتم بكيفية ترتيب الأحداث و القضايا في وسائل الإعلام المختلفة ، لا سيما في العصر الحالي الذي يشهد تعددا و تنوعا في وسائل الإعلام العامة و المتخصصة والتي منها الفضائيات الإخبارية التي عرفت انتشارا واسعا في الفضاء الإعلامي العالمي و العربي، حيث تسعى إلى الاستحواذ على اهتمام الأفراد و ترتيب أولوياتهم اتجاه مختلف الأحداث و القضايا في شتى المجالات ، على الرغم من وجود العديد من العوامل الوسطية التي تؤثر على انتقال ترتيب الأحداث و القضايا من وسائل الإعلام إلى الجمهور كالاتصال الشخصي و طبيعة الحدث أو القضية و خصوصية الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها .

5-أنواع دراسات نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات):

توجد عدة تقسيمات لنظرية ترتيب الأولويات إلا أننا سنركز على التقسيم الأقرب لهذا البحث كونه يهتم بالمجال البحثي الذي نركز عليه ، و هو من يضع الأجندة الإخبارية لوسائل الإعلام و هذا التقسيم هو **لخالد صلاح الدين** ، و قد أشار فيه إلى تقسيم خماسي للدراسات التي تعتمد على نظرية ترتيب الأولويات كالآتي :

1. دراسات أجريت لاختبار العلاقة بين أولويات وسائل الإعلام و أولويات الجمهور.
2. دراسات أجريت لاختبار الفرض الرئيسي لوضع الأولويات من خلال وسائل الإعلام.
3. دراسات الأجندة البينية Intermediate Agenda setting أي دراسات عملية وضع الأولويات فيما بين وسائل الإعلام و بعضها البعض.
4. دراسات أجريت لاختبار المتغيرات التي تؤثر في عملية ترتيب الأولويات.
5. دراسات بناء الأولويات التي تهدف إلى التعرف على واضعي أجندة وسائل الإعلام[(11)].

و يعد هذا النوع من أبحاث و دراسات ترتيب الأولويات و الذي يسعى إلى الإجابة عن تساؤل من يضع أجندة وسائل الإعلام ، و هو آخر ما وصل إليه البحث في هذا المجال.

و يسعى هذا التوجه البحثي الجديد إلى تحقيق الأهداف العلمية التالية :

- الطرق التي تجمع و تختار بها وسائل الإعلام الأخبار و الموضوعات من خلال ما يعرف بعملية حارس البوابة Gate keeper.

- نتائج ترتيب الأولويات .
- تأثيـر ترتيب الأولـويات علـى مـا يفكـر فيـه النـاس بغـض النظـر عـن أهميـة الموضوعات المقدمـة [12] .
6- دراسات و أبحاث بناء الأجندة (من يرتب أولويات وسائل الإعلام)؟

تعد الدراسات الخاصة ببناء أجندة وسائل الإعلام المرحلة الأخيرة من تطور بحوث وضع الأجندة ، و تقود هذه البحوث إلى ما يطلق عليه علماء الاتصال البحوث البينية التي تجمع بين الاتصال الجماهيري و العلوم السياسية.

و قد شارك في بناء هذا الاتجاه البحثي كل من علماء السياسة و الاجتماع و علماء النفس الاجتماعي و علماء الاتصال و الصحافة و العلاقات العامة، و عليه يلاحظ تعدد الانتماءات البحثية لمؤسسي هذا الاتجاه الذي يتعامل مع المؤثرات الثقافية و الاجتماعية و الإدارية و المهنية المسؤولة عن بناء أجندة وسائل الإعلام[13] على خلاف دراسات وضع الأجندة التي تبحث فقط في العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام و الجمهور.

و نلاحظ أن بحوث نظرية بناء الأجندة أصبحت تهتم بدراسة العوامل و المتغيرات التي تتحكم في ترتيب الأحداث و القضايا في وسائل الإعلام بشكل أو بآخر.

تعود البدايات الأولى لدراسات و أبحاث بناء أجندة وسائل الإعلام إلى سنة 1984 حيث طرح الباحثان لازرسفيلد و مارتن Lazarsfeld and Merton التساؤل الخاص بمن يضع أجندة وسائل الإعلام ، و كانت وجهة نظرهما أن أولويات وسائل الإعلام ما هي إلا نتيجة للقوى الاجتماعية السائدة بما فيها المؤسسات الصناعية و التجاريةو غيرها من الجهات المؤهلة لممارسة الضبط الاجتماعي.

كما أن أولويات وسائل الإعلام و أجندتها تتشكل من خلال قيم و تقاليد العاملين بها، و هذا ما خلص إليه أيضا الباحثين ***Blumer and Gueritch*** فحسب رأيهما فإن المضمون الإعلامي يعبر عن القواعد الاجتماعية و الممارسات المهنية للصحفيين و الإعلاميين بدرجة تفوق التعبير عن أحداث و قضايا المجتمع [14] .

و بناءا على هذا المفهوم فإن الإعلاميين هم الذين يحددون أولويات وسائل الإعلام حيث يعكسون من خلال طريقة تحريرهم للأحداث و القضايا، المؤثرات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية التي يتعرضون لها، و التي تعد من العوامل التي تحدد أجندة الوسيلة الإعلامية، و هم يعدون همزة وصل بين المادة الإعلامية و المصدر و الجمهور الذي تنقل إليه هذه المادة.

و هناك من الباحثين من يطلق على عملية وضع أجندة وسائل الإعلام مفهوما مختلفا هو بناء الأجندة والذي يشير إلى كل العمليات المؤثرة في تحديد أولويات وسائل الإعلام، و هو يعبر على نفس مفهوم وضع الأجندة ، و يرى **إبراهيم بسيوني حمادة** أنه من الأفضل إطلاق تسمية وضع أجندة وسائل الإعلام بدلا من بناء الأجندة لتوحيد المفهوم بين المجالات البحثية الثلاث التـي هـي وضـع أجـندة الجماهير ووضـع أجندة وسائل الإعلام ووضع أجندة السياسة العامة.

و تتخذ دراسات بناء أو وضع أجندة وسائل الإعلام اتجاهان ، يتعامل الاتجاه الأول مع نتيجة العملية الإعلامية ككل ، أي تشخيص أجندة الوسيلة الإعلامية الخاضعة للبحث و تتبع تأثير المصادر الإخبارية في بنائها ، بينما يدرس الاتجاه الثاني مدخلات وسائل الإعلام أو المادة الخام التي يتم من خلالها بناء الأجندة الإعلامية، إذ يتم تحليل البيانات الصحفية و المكالمات الهاتفية و المؤتمرات الصحفية و المقابلات الشخصية و غير ذلك من المواد الإعلامية التي تتضمنها الوسيلة.

7- ظهور مفهوم بناء الأجندة :

تلت ظهور فكرة بناء الأجندة العديد من الدراسات التجريبية التي لاحظت أن وسائل الإعلام تركز على بعض الأحداث و القضايا و تهمل البعض الآخر، و من بين هذه الدراسات دراسات كل من Lyengar,Peter ,Kinder، حيث لاحظوا من خلال الدراسات التي أجروها تركيز التغطية الإعلامية على ثلاث قضايا هي: التضخم الاقتصادي، و شؤون الدفاع القومي، و التلوث البيئي على الرغم من وجود قضايا أخرى و أحداث إخبارية يمكن الانتقاء من بينها إلا أنها جميعا لا تبرز بدرجة متساوية في التغطية الإعلامية، وأكدوا أن 75% من الأحداث و القضايا لا تظهر في وسائل الإعلام و هذا ما دفعهم إلى طرح التساؤل التالي: باعتبار أن القصص الإخبارية تخضع لعملية انتقاء فمن الذي يضع أجندة واضعي الأجندة؟

و الإجابة عن هذا التساؤل تراعي عدة توجهات أهمها دور حراس البوابة و المترشحين الذين يتنافسون في الانتخابات، و وجهة النظر المعاصرة التي تأخذ في الحسبان مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة، كما ينظر آخرون لدور جماعات المصالح،و التي يمكن أن تساهم في صنع الأجندة الإخبارية(15).
و لما كانت وسائل الإعلام لا تعطي نفس الاهتمام و التركيز لكل القضايا حيث تظهر فروق في المعالجة الإعلامية من حيث الشكل و الموضوع و التكرار، و في المدة الزمنيةوعناصر الإبراز المختلفة، فإنه بناءا على هذه المفارقة في التركيز تتشكل الأجندة الإعلامية.
8- الفرض الرئيسي لأبحاث و دراسات بناء الأجندة (ترتيب أولويات وسائل الإعلام):
إذا كان الفرض الأساسي في دراسات وضع الأجندة يرتكز على دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور ، فإن مدخل بناء الأجندة يدرس العلاقة التي تسبق ذلك و هي علاقة مصادر الأخبار بوسائل الإعلام و كيف تستطيع هذه المصادر أن تؤثر في أجندة الوسيلة ، ففي الوقت الذي كانت وسائل الإعلام هي المتغير المستقل الذي يؤثر في أجندة الجمهور أصبحت هي المتغير التابع الذي يتأثر بغيره من المصادر المستقلة الأخرى، و من هنا ترى الباحثة ترك Truck أن الإجابة عن تساؤلات من يضع أجندة وسائل الإعلام و يرتب أولوياتها يرتبط بشكل خاص بالمؤسسات و المنظمات التي تسعى إلى استخدام وسائل الإعلام باعتبارها وسيطا في محاولاتهم للإخبار و التأثير في الجمهور(16) .
9- شروط وضع قائمة أولويات وسائل الإعلام (بناء الأجندة):
إن عملية بناء أجندة وسائل الإعلام و ترتيب قائمة أولوياتها تتطلب تحديد الموضوعات العامة ذات الأهمية و إعطائها أوزان نسبية وفقا لعدة أساليب ، إذ يتم انتقاء أحداث و قضايا معينة و تغطيتها ومعالجتها ثم ترتيبها حسب أجندة محددة ، و يقوم الإعلاميون بتحديد مجموعة من الأخبار و يرون أنها تستدعي الظهور على السطح من خلال إدراجها في قوائم الأولويات الإعلامية(17).
إن إعداد موضوعات قائمة أولويات أو بناء الأجندة هي عملية منظمة و منسقة تحكمها خطة يرسمها القائمون على العمل الإعلامي و الذين يعتمدون بدورهم على مصادر متعددة لانتقاء الموضوعات و ترتيبها، و تتطلب العملية الانتقائية و تحويل تلك الموضوعات ضمن قائمة الأولويات ، توفر ثلاث شروط أساسية هي:
وجود مجموعة من الأحداث أو المشكلات أو القضايا التي تكون غير مدركة أو متبلورة بعد، و كثير منها يشكل احتياجات خاصة بقطاعات أو جماعات قد تكون متعارضة أو متنافسة أو في حالة تشاحن مع بعضها البعض.
وجود قيادة تستطيع وضع معايير تنظيمية تسعى إلى ترتيب هذه الأحداث و القضايا و المشكلات على شكل قائمة، و عادة ما تتمثل هذه القيادة في الإعلاميين حيث يتدخل في هذا الترتيب عدة عوامل و متغيرات يأتي في مقدمتها السياسية الإعلامية المتبعة.
وجود نظام للاتصال يهدف إلى توصيل المعلومات عن تلك الموضوعات و إبرازها من أجل الاهتمام بها و المقصود بهذا الشرط ضرورة نشر الموضوعات في مواد إعلامية تسمى نشرات الأخبار.
و بعد توفر هذه الشروط التي تعد أساسية لبناء الأجندة، يتم اختيار و تحديد الموضوعات التي سيتم عرضها ووضعها في شكل قائمة بشكل متدرج و منسق بحسب الأولوية الممنوحة لكل موضوع ، مما يفرض وجود محددات لعملية إعطاء الأوزان الخاصة بكل موضوع و التي تتدرج تنازليا من أولوية عظمى إلى ما هو أدنى من ذلك(18).
و يراعى في عملية الترتيب من الأهم إلى الأقل أهمية قابلية الموضوعات و القضايا و الأحداث للتغير خاصة تلك التي تتطور بسرعة فائقة، و هذا النوع من الأحداث تدل عليه ملامحه منذ البداية كالأعمال الإرهابية و الكوارث الطبيعية و الانتخابات و غيرها من الأحداث الأخرى التي تتطلب الاستمرارية في معالجتها، كما أن قائمة أولويات وسائل الإعلام لا تظل ثابتة لفترة طويلة حيث أنها عملية ديناميكية يتم فيها إخفاء موضوعات معينة من القائمة أو استبعادها و إبراز موضوعات أخرى جديدة و تخفيض الاهتمام بأخرى فيما يشبه الدورة التي يقع داخلها كل حدث فجأة إلى أن يفتر الاهتمام به.
إن قائمة أولويات وسائل الإعلام متجددة من حين إلى آخر حسب الظروف المحيطة بها وحسب التطورات و الأحداث سواء كانت معلومة من قبل أو مفاجئة ،و تسعى كل وسيلة إلى تقديم قائمة أولوياتها أو أجندتها حسب السياسة التحريرية المنتهجة التي ترسم عملية وضع قائمة الأولويات.

و عادة ما يتم بناء قائمة أولويات وسائل الإعلام حسب ما يكرس إيديولوجية مالكي الوسيلة من أجل نشر رؤاهم الخاصة عن طريق طرح خاص للأحداث يقنع الجمهورو يدفعه إلى تفسير محدد لها، أي أن السمات التنظيمية و المهنية التي يتم وضعها لتنظيم و ضبط العمل الإخباري هي التي تتحكم في وضع بناء محدد للأخبار[19].

إن اختلاف أولويات الاهتمام بالأخبار و الأسلوب المتبع في بناء الأجندة الإخبارية جعل كل وسيلة إعلامية تضع معايير خاصة لانتقاء الأخبار و ترتيبها، و هذا ما جعل لكل واحدة منها أسلوبها الخاص في التعاطي مع الأخبار .

و على الرغم من هذه الاختلافات الواضحة في رسم السياسة التحريرية في بناء الأخبار بين القنوات التلفزيونية ، إلا أن هناك إجماع على أن الأخبار التي يتم نقلها مستمدة من الواقع و تعبر عنه و يتباين فقط أسلوب معالجتها و تقديمها.

10-المداخل الأساسية لدراسات بناء الأجندة (ترتيب أولويات وسائل الإعلام):

يحدد الباحثون و علماء الاتصال ثلاثة مداخل أساسية لدراسات بناء أجندة وسائل الإعلام و تتحدد هذه المداخل في ما يلي:

مدخل السلطة:

فسر هذا المدخل أجندة وسائل الإعلام على أنها تعبير عن اهتمامات و مصالح مراكز القوة و هي تعكس الوزن النسبي لها، لأن ما تنقله من مضامين ما هو إلا انعكاس لهذه المراكز في المجتمع و التي تتحكم فيما تنقله وسائل الإعلام و طريقة معالجتها للمعلومات و البيانات و الحقائق، بينما يخالف هذا الرأي بعض الباحثين أمثال Parentr الذي يرى أن وسائل الإعلام في حد ذاتها تمثل مركز قوة خاصة إذا كانت الوسيلة الإعلامية ذات جماهيرية و لها نفوذ داخل الدولة التي تتواجد فيها، و يتوافق هذا الرأي مع الافتراض الذي يقر أن أجندة وسائل الإعلام ما هي إلا انعكاس لقيم الممارسات المهنية و الأصول و القواعد الاجتماعية للعاملين في الصحافة و الإعلام، مما يعني ضمنيا أن وسائل الإعلام أكثر من مجرد قناة للتعبير عن قوة المصادر الأخرى و لكنها تمثل قوة ذاتية مستقلة و يتزايد حجم هذه القوة في المجتمعات الديمقراطية التي تسود فيها الملكية الخاصة لوسائل الإعلام، و من خلال هذا التوجه يمكن أن تتحول أي وسيلة إعلامية إلى أداة ذات نفوذ وهيمنة في المجتمع وبالتالي لا تتأثر بمراكز القوى الأخرى و هي التي تحدد أجندتها بنفسها و ترتب أولويات اهتماماتها، وتختار الأحداث و القضايا التي تنشرها حسب ما يتناسب و خطها التحريري.

2-المدخل التنظيمي لدراسة القوة :

في ظل هذا المدخل يعد الصحفي هو مصدر القوة في حد ذاته من خلال علاقته بالمؤسسة الإعلامية، و القوة حسب هذا المدخل مرتبطة بالسياسات التحريرية للمؤسسة الإعلامية و قواعد العمل بها، و عليه فتوجهات الوسيلة الإعلامية و أسلوب معالجتها للأحداث و القضايا هي المحدد النهائي لأولويات اهتمامها.

و يعد هذا المدخل تحقيقا لحدة المدخل الفردي لدراسة القوة في وسائل الإعلام و الذي يتخذ من حراس البوابة موضوعا للدراسة على أساس أنهم أصحاب القرار الذين يقرون مضمون و شكل ما ينشر و يذاع و توقيت نشره أو إذاعته.

3- تأثير القوة المتبادل بين وسائل الإعلام وبعضها:

ترتبط فكرة هذا المدخل بنظرية Defleur and Ball Rokeach عن الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية الأخرى، و يتحقق الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام للدرجة التي تتحقق فيها المصلحة المشتركة، و بناءا على هذا المدخل فإن الوسيلة الأقوى تؤثر في اهتمامات الوسيلة الأضعف و تساهم في وضع أجندتها ، و يقترح هذا المدخل العديد من الدراسات التي تبحث في تأثير وضع الأجندة بين وسائل الإعلام و بعضها إلى جانب العوامل المرتبطة بالتأثير و قوته سواء بين الصحف أو بين القنوات التلفزيونية.

و حسب الباحثين و الدارسين لعملية بناء الأجندة فإن هذا المدخل يكتسب أهمية خاصة في الوطن العربي، أين يمكن أن تساهم وسائل الإعلام الغربية في وضع أولويات اهتمامات وسائل الإعلام العربية لا سيما المحلية منها، و يتطلب تأكيد هذا الفرض و التحقق من صحته إجراء تحليل مضمون لوسائل الإعلام العربية لمعرفة ما إذا كانت مصادر معلوماتها محلية أو دولية.

- كما يهتم مدخل بناء الأجندة بدراسة علاقة مصادر الأخبار بوسائل الإعلام و كيف تستطيع هذه المصادر المعتمد عليها أن تؤثر في أجندتها، وتعد أهم مصادر بناء أجندة الوسيلة الإعلامية من العوامل التي تقف وراء طبيعة الأحداث و القضايا التي تهتم بها وسائل الإعلام دون غيرها، و تحدد أيضا شكل التغطية الإعلامية للحدث من خلال المدة الزمنية المخصصة له، موقعه في نشرة الأخبار، نوعية الكلمات و المصطلحات المستخدمة، طبيعة الضيوف و الشخصيات التي تحلل الحدث ، و تتمثل هذه المصادر فيما يلي[20]:

- المؤسسات و الأحزاب و الساسة و جماعات الضغط و الجماعات ذات المصالح الخاصة.

رئيس الدولة خاصة إذا تعلق الأمر بأجندة وسيلة محلية.

العلاقات العامة.

الصحف و الوسائل الإعلامية الأخرى.

وكالات الأنباء.

4- اتجاهات حديثة أخرى للنظرية :(نظرية ترتيب الأولويات في العصر الرقمي) :

يعيش العالم اليوم عصر تدفق المعلومات بفعل التكنولوجيا الحديثة التي تتميز بالسرعة و السهولة في نقل المعلومات، و بالرغم من كثرة البحوث و الدراسات التي اهتمت بالتغيرات التي أحدثتها هذه التكنولوجيا في المجتمع إلا أنها لازالت في المراحل الأولى، و قد يرجع ذلك إلى التغير و التحول السريع الذي لا تستطيع الدراسات الأكاديمية ملاحقته[21].

و بما أن الإنترنيت أحد مظاهر التطور التكنولوجي فإن باحثي الإعلام في حاجة إلى مزيد من الدراسات عن مضمون أجندتها و تأثير ذلك على أجندة الجمهور المستخدم لها، وقد انقسمت الدراسات و الأبحاث التي اختبرت فروض الأجندة على الإنترنيت كوسيط اتصالي إلى اتجاهين مختلفين إلى حد التناقض:

يرى الاتجاه الأول أن الإنترنيت سوف تؤدي إلى انتهاء تأثيرات الأجندة بسبب انقسام و تشتت الجمهور بين مستخدم و غير مستخدم مما يؤدي إلى القضاء على تأثيرات الأجندة، كما أن أجندة الإنترنيت تختلف عن أجندة وسائل الإعلام التقليدية، بينما يرى الاتجاه الثاني أن تشتت الجمهور يمكن القضاء عليه من خلال جعل الإنترنيت في متناول كل الأفراد في المجتمع و بالتالي تأثير أجندتها على أجندة الجمهور.

إن هذه الأفكار تتطلب المزيد من البحث و الدراسة للتأكد منها أو نفيها و طرح بدائل أخرى لا سيما و أن الانترنيت أصبحت السمة المميزة لعصر الاتصال الحالي.

الخلاصـة:

إن التوجه الجديد لأبحاث الأجندة يستوجب المزيد من الاهتمام من طرف الباحثين و المختصين لتحقيق الأهداف التالية:

- مواكبة التحولات التي تشهدها الساحة الإعلامية بسبب بروز العديد من الظواهر الإعلامية التي تتطلب البحث و الدراسة ، كظهور قنوات تلفزيونية متخصصة في شتى مجالات الحياة سواء السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية ،و يجب أن يكون ذلك وفق أسس علمية مدروسة تفسر هذه التحولات.

- معرفة مدى تطابق الأفكار التي تتضمنها هذه النظرية مع واقع المجتمعات العربية التي تنتج فيها مضامين إعلامية وفقا لسياق يختلف عن ما هو موجود في الدول الغربية.

- رغم أن العوامل المتحكمة في وضع أجندة وسائل الإعلام العربية قد تبدو واضحة بحكم سيطرة النظام السياسي و الدولة على النظام الإعلامي و يبرز ذلك جليا في وسائل الإعلام المحلية إلا أن ظهور قنوات عربية عامة و متخصصة ذات طابع عالمي على غرار قناتي " الجزيرة " و " العربية " يفرض ضرورة تحديد العوامل التي تتحكم في بناء أجندتها ، و هذا من الأهداف التي يمكن أن تحققها أبحاث و دراسات الأجندة .

- يساعد التعرف على العوامل التي تقف وراء بناء أجندة وسائل الإعلام على الكشف الدقيق للسياسة التحريرية التي تنتهجها أية وسيلة إعلامية ، إلى جانب معرفة مختلف الأطراف التي تحدد أجندة وسائل الإعلام سواء كانت وكالات الأنباء أو المؤسسات الاقتصادية أو وسائل إعلام أخرى أو شخصيات فاعلة في المجتمع أو الجمهور ذاته .

- يؤدي التعرف على أجندة وسائل الإعلام و الطريقة التي توضع بها(شكل التغطية الإعلامية) إلى تحديد العلاقة بين هذه الوسائل من خلال درجة اعتمادها على مضامين بعضها البعض.

- اعتماد أساليب منهجية متنوعة و متكاملة في دراسة المحتوى الإعلامي الذي يتم تقديمه للمتلقي، لأن دراسة و تحليل المادة التي تنقل عبر الإعلام يعد من العوامل التي تساعد على تحديد الأطراف التي تقف وراء بنائها و الشكل الذي تقدم به لجمهورها.

- و على الرغم من الأهمية العلمية لنظرية الأجندة و الإشكالات البحثية التي طرحتها و لا زالت تطرحها و التي تشكل مجالا خصبا للباحثين و المهتمين ، إلا أنها تعرضت للكثير من النقد بسبب إهمالها للكثير من المتغيرات التي تتدخل في وضع الأجندة سواء أجندة الجمهور أو أجندة الوسيلة الإعلامية ، هذا على المستوى العالمي للنظرية ، أما إذا تحدثنا على مستوى التطبيقات العربية للنظرية فإننا نجد أن معظم الأبحاث و الدراسات العربية اهتمت فقط باختبار الفرض الرئيسي للنظرية الذي يقر بوجود علاقة بين أجندة الوسيلة الإعلامية و أجندة الجمهور والذي يمثل التوجه البحثي الأول لها ،و أهملت التطورات التي شملت أفكار النظرية فيما بعد و التي طرحت إشكالات جديدة تبحث في من يضع أجندة وسائل الإعلام.

أما في الجزائر فإن حداثة المجال البحثي الإعلامي و خصوبته لم تدفع بالباحثين إلى الاهتمام بهذه النظرية التي تكاد تكون الأبحاث التي تعنى بها منعدمة ، كما أن طرح النظرية لأفكار مهمة تفسر الواقع الإعلامي لا سيما فيما يتعلق بالعلاقة بين أجندة الجمهور و أجندة الوسيلة الإعلامية و كون أفكارها غربية تتطلب الحاجة أكثر لاختبارها، إلا أنه لم يتم الاهتمام بمدى تطبيق فروضها على الفضاء الإعلامي الجزائري.

من خلال ما سبق يمكن القول أن الأفكار التي تطرحها هذه النظرية في اتجاهاتها البحثية المتنوعة تستدعي إجراء دراسات امبريقية معمقة و موسعة ، بهدف الوصول إلى حقائق علمية و أكاديمية تعبر فعلا عن التغيرات التي تشهدها العملية الاتصالية و الإعلامية، و تفسر العلاقة بين عناصرها من مرسل و رسالة و قناة و جمهور مستهدف .

الهوامش:

1-McQuail Denis**:** **Mass Communication Theory**, 4ed, London, Sage Publications, 2000, p 455.

2 – سماح رضا: دور وكالات الأنباء الدولية و الشبكات العالمية المصورة في بناء أجندة وسائل الإعلام المصرية بالنسبة للأخبار و القضايا الخارجية ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2001،ص 7.

3-نهى عاطف عدلي العبد: دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية و العربية و الدولية ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة و التلفزيون ،كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ،مصر 2006، ص 17.

4- محمد عبد الحميد : **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر، ص 244.

5- خالد بن سعيد الصواعي: **دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا المحلية لدى الرأي العام**، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2005، ص 56.

6- جيهان يسري: **دور التلفزيون في ترتيب أولويات الشباب الجامعي تجاه القضايا العربية** ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد 9 ، 2000، ص58.

7- محمد عبد الحميد : مرجع سبق ذكره ، ص 23 .

8- بسيوني إبراهيم حمادة: **الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة** ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد 04، 1998، ص320 .

9-McCombs,E,Maxwell and Shaw ,L,Donald :**The Evolution of Agenda Setting Research** :Twenty – Five years in the Market place of Ideas . In Journal of communication .1993 p 58.

10- بسيوني إبراهيم حمادة : **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال و الرأي العام** ط1، عالم الكتب القاهرة ، مصر ، 2008، ص 182.

11- أحمد زكرياء أحمد :**نظريات الإعلام ، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام و جمهورها** ،ط1، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2009 ، ص 55

12- ابراهيم بسيوني حمادة : دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام ، مرجع سبق ذكره ،ص198.

13- المرجع نفسه ، ص 199.

14- خالد صلاح الدين : دور التلفزيون و الصحافة في توجيه و ترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير، كلية الإعلام,جامعة القاهرة 1997، ص362.

15- عزيزة عبده : **الإعلام السياسي و الرأي العام**، دراة في ترتيب الأولويات ، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2004 ، ص 104.

16- سماح رضا : **مصادر بناء أجندة وسائل الإعلام** ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام العدد2 2002، ص 239.

17-هبة جمال الدين :**أولويات الإعلام و عملية تشكيل الرأي العام** ، المجلة الاجتماعية القومية ، مجلة تصدر عن المركز القومي للبحوث الاجتماعية و الجنائية ، العدد 32 ،القاهرة، 1992، ص 105.

18-المرجع نفسه ، ص 113.

19- نهلة عظيم أبو رشيد :**المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات العربية** رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ،2005، ص 110.

20- سماح رضا : **مصادر بناء أجندة وسائل الإعلام** ، مرجع سبق ذكره ، ص 249 .

21- ريهام سامي حسين يوسف : دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية و الخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2008، ص 18.